

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Latar Belakang**

Dalam beberapa tahun terakhir perkembangan ekonomi di Indonesia sudah semakin meningkat. Hal tersebut berdampak pada gaya hidup masyarakat yang menjadi semakin modern, sehingga kebiasaan sehari-hari dan kebutuhan masyarakat juga semakin berkembang. Berubahnya gaya hidup saat ini membuat berubah pula cara sebagian kalangan masyarakat dalam memenuhi salah satu kebutuhan pokoknya yaitu kebutuhan akan pangan (makan). Semakin tingginya mobilitas masyarakat membuat semakin banyak masyarakat yang menghabiskan banyak waktunya di luar rumah. Seperti halnya para pekerja baik pria maupun wanita yang disibukkan dengan pekerjaan sehingga mengurangi waktu beraktivitas di dalam rumah. Selain itu, kalangan muda yang mempunyai gaya hidup yang *glamour* juga cenderung lebih banyak menghabiskan waktu di luar rumah dibandingkan di dalam rumah. Kalangan masyarakat tersebut lebih memilih sesuatu yang bersifat praktis dan instan dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Salah satunya adalah dengan mencari kebutuhan pangan di luar rumah. Kelompok keluarga dengan ekonomi cukup, lebih memilih makan di luar rumah dengan memilih tempat dimana mereka mendapatkan cita rasa yang lebih enak, banyaknya menu yang ditawarkan serta suasana yang nyaman seperti cafe atau restoran.

Restoran atau rumah makan adalah tempat yang menyajikan hidangan kepada konsumen dan menyediakan tempat untuk menikmati hidangan tersebut

serta menetapkan tarif tertentu untuk makanan dan pelayanannya (<http://www.wikipedia.org>). Dewasa ini, banyak berdiri restoran yang menyajikan kuliner-kuliner yang bervariasi. Hal tersebut diharapkan agar para pelanggan bukan hanya datang untuk sekedar memenuhi kebutuhan untuk makan akan tetapi para konsumen dapat merasakan cita rasa makanan yang bermacam-macam dengan menikmati suasana yang mendukung. Bisnis restoran di Surabaya sudah semakin ketat seiring dengan semakin banyaknya restoran yang berdiri untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Menurut Tjahjono Haryono, Ketua Asosiasi Pengusaha Kafe dan Restoran Indonesia (APKRIND) Jawa Timur, saat ini terdapat sekitar 1.000 kafe dan restoran yang tersebar di Surabaya (<http://www.bisnis.com>). Tjahjono Haryono juga menyatakan bahwa prospek bisnis restoran dan kafe di Surabaya tetap tinggi menyusul besarnya frekuensi kunjungan masyarakat baik ke kafe maupun restoran yang menyebar di Surabaya selama ini. Hal tersebut terjadi karena tren mengonsumsi makanan dan minuman di luar rumah yang pada tahun-tahun sebelumnya hanya dilakukan pada akhir pekan, saat ini meningkat menjadi antara tiga hingga empat kali per pekan (<http://www.investor.co.id>). Besarnya minat masyarakat dan banyaknya saingan yang ada membuat setiap restoran berusaha untuk memberikan pengalaman yang baik kepada pelanggan yang berkunjung. Ketika pelanggan memiliki pengalaman yang baik sebelumnya, pelanggan tidak memerlukan pertimbangan lagi untuk kembali menggunakan layanan restoran tersebut. Pengalaman baik yang dialami pelanggan mengindikasikan bahwa restoran tersebut berhasil menciptakan

kepuasan kepada pelanggan. Kepuasan mendorong pelanggan untuk kembali menggunakan produk atau layanan yang pernah pelanggan gunakan sebelumnya.

Kepuasan pelanggan dijadikan prioritas utama bagi setiap perusahaan, begitu pula dengan bisnis yang bergerak dibidang pangan seperti restoran. Hal tersebut dilakukan karena adanya kenyataan bahwa pelanggan yang tidak puas terhadap barang atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan akan mencari penyedia barang atau jasa dari tempat lain yang mampu memuaskan kebutuhan pelanggan. Menurut Yu *et al* (2011:480) kepuasan pelanggan sangat penting bagi keberhasilan perusahaan seperti yang diasumsikan sebagai penggerak utama fenomena pasca pembelian, seperti niat pembelian ulang. Bayus dalam (Tjiptono 2008:21) mendukung pernyataan sebelumnya dengan mengatakan bahwa pelanggan merasakan tingkat kepuasan atau ketidakpuasan tertentu yang akan mempengaruhi perilaku berikutnya seperti pembelian ulang. Niat untuk membeli kembali suatu produk atau jasa akan muncul ketika pelanggan merasa bahwa produk atau jasa yang pelanggan terima bisa memberikan kepuasan terhadap diri pelanggan tersebut. Sangat penting bagi perusahaan untuk mempunyai keunggulan kompetitif agar pelanggan merasa puas dan menciptakan niat pembelian ulang di masa mendatang sehingga perusahaan bisa terus *survive* ditengah ketatnya persaingan yang ada. Penelitian Hellier *et al.*, 2003 (dalam Margee Hume and Gillian Sullivan Mort 2008:170) telah mengkonfirmasi temuan sebelumnya bahwa niat pembelian ulang adalah sebuah kekuatan yang sangat berharga dalam pengembangan profitabilitas dan keberlanjutan masa depan perusahaan.

Solaria adalah salah satu restoran yang sudah mempunyai nama besar di Surabaya. Solaria adalah restoran yang memiliki konsep dasar yaitu *Resto and Lounge*. Kata “Solaria” sendiri memiliki arti yaitu cahaya yang bersinar. Restoran Solaria pertama kali berdiri pada tahun 1987, bertempat pertama kali di Cikarang dan Karawaci. Konsep restoran Solaria memiliki warna konsep tersendiri yaitu berwarna ungu. Tujuannya adalah agar lebih terlihat cerah dan agar para pengunjung Solaria merasa nyaman. Dulunya, Solaria merupakan kedai makanan sederhana yang hanya digunakan untuk memenuhi kebutuhan makan para karyawan Solaria sendiri, namun berkat kerja keras sang pemilik usaha tersebut, 13 tahun kemudian Solaria telah memiliki 130 gerai yang tersebar luas di seluruh Indonesia termasuk Surabaya. Kini, hampir setiap pusat perbelanjaan di Surabaya terdapat gerai restoran Solaria dengan tawaran harga yang cukup terjangkau untuk semua kalangan.

Akan tetapi, beberapa pelanggan mengalami pengalaman yang kurang menyenangkan dengan restoran Solaria. Berikut merupakan keluhan-keluhan yang dirasakan oleh pelanggan Solaria yang bersumber dari komentar konsumen melalui surat pembaca dari media web, antara lain:

1. Karyawan Solaria kurang sopan dan ramah dalam melayani pelanggan.
2. Pelanggan harus menunggu lama untuk mendapatkan makanan atau minuman yang sudah dipesan.
3. Tidak sesuainya makanan yang diharapkan dengan yang didapatkan.  
Seperti adanya karet dan binatang didalam makanan.
4. Karyawan Solaria tidak peduli akan kebutuhan pelanggan.

Keluhan-keluhan tersebut muncul dari kurangnya kualitas layanan yang diberikan oleh Solaria sehingga nilai yang ingin diberikan kepada pelanggan tidak tersampaikan dengan baik. Hal tersebut akan berpengaruh pada kepuasan pelanggan dan perilaku pelanggan pasca pembelian seperti niat pembelian ulang. Menurut Tjiptono (2008:26) selain kualitas barang atau jasa yang dibeli, faktor penentu kepuasan terhadap produk atau jasa yang sering digunakan pelanggan adalah aspek kualitas layanan. Kualitas layanan mengacu pada persepsi sejauh mana layanan yang disediakan oleh Solaria memenuhi harapan pelanggan. Terdapat lima dimensi pokok yang berkaitan dengan kualitas pelayanan jasa yaitu *tangible* (bukti fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan) dan *empathy* (empati). *Tangible* (bukti fisik) menunjukkan penampakan fisik dan peralatan secara fisik yang digunakan Solaria untuk menyediakan atau memberikan pelayanan. *Reliability* (kehandalan) menunjukkan kemampuan karyawan Solaria untuk menyajikan pelayanan secara tepat, benar dan akurat. *Responsiveness* (daya tanggap) menunjukkan keinginan karyawan Solaria untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan yang tanggap. *Assurance* (jaminan) menunjukkan jaminan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh Solaria. *Empathy* (empati) menunjukkan kemudahan karyawan Solaria dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para konsumen. Dimensi-dimensi tersebut menjadi ukuran pelanggan dalam mengukur kualitas pelayanan Solaria.

Ketatnya persaingan dalam bisnis kuliner atau makanan ditambah dengan kemudahan sarana (misalkan internet) yang dimiliki pelanggan untuk

memverifikasi klaim perusahaan dan mencari alternatif yang lebih unggul, menjadikan pelanggan mempunyai banyak alternatif untuk memilih restoran di Surabaya. Pelanggan memperkirakan tawaran mana yang akan menghantarkan nilai anggapan tertinggi dan bertindak atas dasar pemikiran tersebut. Sesuai atau tidaknya suatu penawaran dengan harapan akan mempengaruhi kepuasan pelanggan dan besarnya probabilitas bahwa pelanggan akan melakukan pembelian ulang. Nilai yang dirasakan pelanggan didasarkan pada selisih antara apa yang didapatkan pelanggan dengan apa yang pelanggan berikan untuk kemungkinan pilihan yang berbeda. Nilai yang dirasakan adalah ikatan emosional yang terjalin antara pelanggan dengan produsen setelah pelanggan menggunakan produk atau jasa tersebut dan mendapati bahwa produk atau jasa bersangkutan memberikan nilai tambah.

Berdasarkan uraian tersebut peneliti tertarik melakukan penelitian dan kajian yang lebih mendalam tentang hubungan kualitas layanan, nilai yang dirasakan, kepuasan pelanggan dan niat pembelian ulang, untuk kemudian dijadikan sebagai penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai yang Dirasakan, Terhadap Niat Pembelian Ulang melalui Mediasi Kepuasan Pelanggan pada Restoran Solaria di Surabaya”**.

## **1.2. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang permasalahan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas layanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada restoran Solaria di Surabaya?

2. Apakah nilai yang dirasakan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada restoran Solaria di Surabaya?
3. Apakah kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap niat pembelian ulang pada restoran Solaria di Surabaya?
4. Apakah kualitas layanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap niat pembelian ulang melalui mediasi kepuasan pelanggan pada restoran Solaria di Surabaya?
5. Apakah nilai yang dirasakan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap niat pembelian ulang melalui mediasi kepuasan pelanggan pada restoran Solaria di Surabaya?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah kualitas layanan mempengaruhi secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada restoran Solaria di Surabaya.
2. Untuk mengetahui apakah nilai yang dirasakan mempengaruhi secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada restoran Solaria di Surabaya.
3. Untuk mengetahui apakah kepuasan pelanggan mempengaruhi secara signifikan terhadap niat pembelian ulang pada restoran Solaria di Surabaya.
4. Untuk mengetahui apakah kualitas layanan mempengaruhi secara signifikan terhadap niat pembelian ulang melalui mediasi kepuasan pelanggan pada restoran Solaria di Surabaya.

5. Untuk mengetahui apakah nilai yang dirasakan mempengaruhi secara signifikan terhadap niat pembelian ulang melalui mediasi kepuasan pelanggan pada restoran Solaria di Surabaya.

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

Kegunaan atau manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perguruan Tinggi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi dokumen akademik yang berguna untuk dijadikan acuan bagi sivitas akademik dan dapat memperkaya konsep atau teori yang menyokong perkembangan ilmu pengetahuan manajemen pemasaran, khususnya yang terkait dengan pengaruh kualitas layanan, nilai yang dirasakan, kepuasan pelanggan dan niat pembelian ulang.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan yang berguna untuk meningkatkan niat pembelian kembali pelanggan pada sebuah produk atau jasa.

3. Bagi Peneliti

Seluruh rangkaian kegiatan dan hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan Peneliti serta lebih memantapkan penguasaan fungsi keilmuan yang dipelajari selama mengikuti program perkuliahan Manajemen Pemasaran di STIE Perbanas Surabaya.



### **1.5. Sistematika Penulisan**

Untuk mempermudah penulisan skripsi ini, peneliti membagi bab–bab secara teratur dan sistematis agar mudah dibaca dan dipahami oleh Pembaca. Dengan demikian, pembahasan dilakukan secara sistematis, bertahap dan terperinci pada tiap bab dan sub babnya. Adapun sistematika penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut :

#### **Bab I : PENDAHULUAN**

Bab ini membahas latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan skripsi.

#### **Bab II : TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini membahas tentang hasil penelitian terdahulu yang ada kaitannya dengan penelitian saat ini, dasar teori yang dimanfaatkan dalam penelitian ini, serta hipotesis penelitian.

#### **Bab III : METODE PENELITIAN**

Bab ini membahas rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel, instrumen penelitian, data dan metode pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian serta teknik analisis data.

#### Bab IV : GAMBARAN DAN SUBYEK PENELITIAN

Dalam bab ini menjelaskan tentang gambaran subyek penelitian, analisis data yang terdiri dari analisis deskriptif, analisis statistik dan uji *structural equation model*, serta pembahasan tentang rumusan masalah dan hipotesis penelitian.

#### Bab V : PENUTUP

Pada bab ini dijelaskan mengenai kesimpulan penelitian dari hasil analisis data yang dilakukan. Selain itu juga dituliskan mengenai keterbatasan penelitian dan beberapa saran untuk penelitian yang akan datang.